

نام درس: تفکر و سواد چندرسانه ای  
 نام دبیر:  
 تاریخ امتحان:  
 ساعت امتحان:  
 مدت امتحان: ۶۰ دقیقه

جمهوری اسلامی ایران

آزمون ترم نوبت دوم سال تمصیلی

نام و نام خانوادگی: .....  
 مقطع و رشته: دهم  
 نام پدر: .....  
 شماره داوطلب: .....  
 تعداد صفحه سؤال: ۲ صفحه

محل مهر و امضاء مدیر	نمره به عدد:	نمره به حروف:	نمره به عدد:	نمره به حروف:
	نام دبیر:	تاریخ و امضاء:	نام دبیر:	تاریخ و امضاء:
محل مهر یا امضاء مدیر	نمره	سؤالات	نمره	سؤالات
۲	۱	رسانه ها چند نوع مخاطب دارند؟ نام ببرید.	۲	با توجه به گفته ی «آلیس واکر» بهترین راه برای گرفتن قدرت مردم چیست؟
۱	۳	فنون اقناعی را نام ببرید. (۴ مورد)	۲	این ضرب المثل مربوط به کدامیک از روش های اقناع است؟ (خواهی نشوی رسوا هم رنگ جماعت باش).
۱	۵	چهار نمونه از روش های تطمیع را بنویسید.	۲	بازنمایی را تعریف کنید.

۱	کلیشه را تعریف کنید.	۷
۱.۵	علت های برداشت متفاوت مخاطب از متن تولید شده ی رسانه ها چیست؟	۸
۱.۵	رسانه جمعی چیست؟	۹
۲	چالش های رسانه چیست؟	۱۰
۲	رسانه با بازنمایی به دنبال چه هدفی است؟	۱۱
۲	آیا بازنمایی تصویر یعنی تغییر واقعیت؟	۱۲



## کلید سؤالات پایان ترم نوبت دوم سال تمصیلی

نام درس: تفکر و سواد چندرسانه ای  
 نام دبیر:  
 تاریخ امتحان:  
 ساعت امتحان:  
 مدت امتحان: ۶۰ دقیقه

ردیف	راهنمای تصحیح	محل مهر یا امضاء مدیر
۱	دو نوع: منفعل - فعال	
۲	بهترین راه گرفتن قدرت مردم این است که آنها فکر کنند اصلا قدرتی ندارند.	
۳	ذکر ۴ مورد از: برجسته سازی (بزرگ نمایی) گواهی دادن ستاره ها، نخبگان تداعی معانی ترس طنز تکرار همراهی باجماعت افراد زیبا ادعای آشکار شدت نمادها مقایسه.	
۴	همراهی با جماعت	
۵	حراج - تخفیف - قرعه کشی - هدیه - رایگان یکی بخر چند تا ببر	
۶	بازنمایی یعنی نشان دادن واقعیت به شکلی خاص.	
۷	کلیشه: اگر رسانه یا رسانه ها در بازنمایی واقعیت به شکل خاص اصرار کنند و در طول زمان و به اشکال مختلف آن را تکرار کنند، می توانند آن بازنمایی را به شکل کلیشه تبدیل کنند.	
۸	۱- دانش قبلی ۲- تجربیات ۳- ارزش ها ۴- عقاید خود	
۹	ابزاری است که پیام را به سرعت، آسانی و هزینه کم به تعداد انبوه، گونه گون و غیر قابل کنترلی از مخاطبان منتقل می کند مانند تلویزیون.	
۱۰	کم شدن روابط اجتماعی - عدم سواد کافی و تجربه کافی - عدم تشخیص صحیح از غلط - آسیب فیزیکی - تک بعدی شدن	
۱۱	ارسال تفسیر خود از واقعیت به طور آشکار و پنهان به ذهن مخاطبان.	
۱۲	خیر: تصویر بازنمایی شده تصویر تغییر یافته یی نیست بلکه بخشی از یک واقعیت است.	
جمع بارم: ۲۰		نام و نام خانوادگی مصحح:
		امضاء: